

## YAYASAN KARTOENBITJARA INDONESIA

Jl. Gn. Merapi 2 D.8 No.107 RT.004 RW.014, Kel. Kecapi Kec. Harjamukti, Cirebon  
45142, Jawa Barat, Indonesia | +62 8782 9777 010 (Bayu Alfian)

mail@kartoenbitjara.or.id | www.kartoenbitjara.or.id



### MODUL SEMINAR 10 TAKTIK MENGUBAH INFORMASI MENJADI TINDAKAN

I. DASAR		
A. PERENCANAAN STRATEGI	B. ANALISIS KAMPANYE	C. AKSES INFORMASI
1. Masalah-Solusi-Perubahan	1. Pantau pesan anda sendiri	1. Tentukan apa yang anda inginkan
2. Pemetaan (pemangku kepentingan,dll)	2. Pantau isu yang anda kampanyekan untuk dipecahkan	2. Usahakan untuk mencari informasi yang sudah diterbitkan
3. Pencapaian Target.	3. Pantau target anda dan hal yang bertentangan	3. Persiapkan permintaan anda atas suatu informasi
D. ONLINE & MOBILE; KEAMANAN & PRIVASI		E. BERPIKIR KREATIF
Intervensi Teknis:	Identifikasi Resiko Keamanan :	1. Identifikasi aksi kampanye yang menginspirasi (inspirasi)
1. Kata Sandi	1. Terkait dengan informasi yang sensitif	2. Berpikir keluar dari paradigma yang sudah ada (inovasi)
2. Gunakan keamanan web	2. Bekerjasama dengan seseorang yang harus dijaga privasinya	3. Melihat dari banyak sudut pandang (perspektif)
3. Anonim saat dalm jaringan	3. Terkadang kita berkomunikasi dengan orang-orang dalam jaringan yang terkait dengan informasi yang sensitif	4. Brainstorming / gali ide dan terapkan ide-ide baru (gagasan)
	4. Saat kita melihat atau menulis di laman yang mungkin terkait informasi yang sensitif	

## II. TAKTIK

PERENCANAAN TINDAKAN	LAKUKAN DENGAN CARA ANDA SENDIRI		STUDI KASUS
	Pertanyaan	Cara Lain Yang Bisa Dilakukan	
1. Memobilisasi Masyarakat			
a. Mengkombinasikan antara informasi digital dan tindakan personal; memproyeksikan video yang anda buat di lingkungan terdekat dan sebarluaskan melalui media dalam jaringan (online) seperti blog, jejaring sosial, dsb.	a. apakah ada acara-acara berkurun waktu atau berita yang bisa digunakan untuk menarik lebih banyak perhatian orang pada tindakan atau kampanye anda?	a. Buatlah slogan singkat yang mudah untuk diterjemahkan ke dalam bahasa lokal. Kemudian, ajaklah orang-orang untuk membagikan foto, video atau media lain yang menampilkan mereka sedang memegang slogan tersebut.	TheyWorkForYou oleh MySociety di UK: <a href="http://www.TheyWorkForYou.com">www.TheyWorkForYou.com</a> ; <a href="http://bit.ly/5ECg">http://bit.ly/5ECg</a> , <a href="http://bit.ly/DYbiG">http://bit.ly/DYbiG</a>
b. Jika anda menggunakan jejaring sosial untuk mendapatkan pendukung, anda mungkin akan dihadapkan pada pengiriman pesan secara massal. Oleh karena itu, rencanakan cara lain untuk menambahkan informasi kontak orang-orang sehingga anda juga dapat mengirim pesan kepada orang-orang di luar situs jejaring sosial.	b. Apa simbol atau visual sederhana yang bisa anda gunakan dalam kampanye anda agar membuat orang merespon pesan anda dan menjadikannya lebih personal?	b. Buatlah profil atau halaman di jejaring sosial untuk memparodikan tokoh publik yang berpengaruh. Tetapi perhatikan kepemilikan atau lisensi hak cipta dari suatu media yang anda gunakan?	

c. Menggunakan humor dan kejutan bisa membantu anda untuk mendapatkan perhatian orang serta meningkatkan kesempatan respon terhadap tindakan anda. Ingatlah, ketika kampanye anda disebarluaskan juga oleh orang lain di situs jejaringnya bisa membuat isu yang anda sorot menjadi lebih personal dan mudah dikaitkan dengan orang banyak.	c. Apakah tindakan anda berupaya mengkomunikasikan kepada para pemangku kepentingan untuk bisa membuat perubahan langsung bagi target anda; atau kepada orang-orang yang anda gerakan agar berpengaruh terhadap target tersebut?	c. Buatlah suatu kompetisi video tentang isu anda dan ajak orang untuk memilih favorit mereka; buat pemutaran bagi video favorit di dalam dan luar jaringan internet; anda bisa membuat pemutaran di ruang publik dan undanglah media-media lokal.
d. Saat anda mengajak orang untuk mengirimkan foto atau video sebagai bagian dari tindakan itu sendiri, maka harus dikomunikasikan dengan jelas kepada mereka bahwa gambar-gambar tersebut akan digunakan oleh orang lain. Hal ini akan sangat penting, jika bisa menarik perhatian banyak media terhadap isu yang anda sorot.	d. Bagaimana anda akan memperbesar cakupan perhatian yang sudah anda miliki dari orang-orang di website anda atau jejaring sosial anda dengan mengarahkan mereka untuk terlibat dengan kampanye anda?	d. Jika anda tidak atau belum memiliki kontak orang-orang yang tertarik terhadap kampanye anda, maka bekerjasamalah dengan organisasi-organisasi terkait.
e. Pastikan anda bisa memantau cakupan kampanye anda, termasuk bagaimana pengertian dan respon orang banyak terhadap apa yang anda lakukan. Jangkaulah kerjasama dengan relawan yang lebih luas untuk bisa menggunakan media-media lokal, bahkan lokakarya yang sering dilakukan.	e. Apa cara termudah bagi orang banyak untuk dapat menanggapi pesan anda: melalui jejaring sosial, email atau pesan teks (sms), pertemuan secara personal, atau melalui telepon?	e. Perhatikanlah privasi pendukung anda; jika profil mereka tidak ingin dipublikasikan, anda harus membuatnya tetap anonim

2. Menjadi Saksi Mata dan Rekam			
a. anda harus memperhatikan keselamatan orang-orang yang terlibat dalam kampanye anda; terlebih jika anda menggunakan media digital, anda harus perhatikan alamat IP anda, akun email, password, daftar kenalan yang anda miliki di situs jejaring sosial, nama yang terdaftar untuk ponsel dan kartu SIM, bahkan nama organisasi dan nama domain website yang didaftarkan	a. Apakah anda punya waktu untuk merencanakan cara pengumpulan pernyataan saksi mata? atau anda menyiapkan advokat dan pendukung untuk mengumpulkan materi dengan cara yang beretika dan strategis?	a. Anda tidak perlu menggunakan video. Ajaklah orang-orang menggunakan ponsel mereka untuk mengirim foto melalui email atau jika memungkinkan melalui pesan multimedia (MMS) yang akan diterbitkan	Remembering Neda oleh Para Advokat di Iran: <a href="http://bit.ly/Kpcsu">http://bit.ly/Kpcsu</a> ; <a href="http://bit.ly/TqGnG">http://bit.ly/TqGnG</a>
b. Buatlah kategori untuk memverifikasi informasi yang anda kumpulkan dan terbitkan	b. Alat apa yang paling banyak digunakan orang untuk menyorot dan mendokumentasikan isu anda: ponsel, kamera digital, akses ke situs jejaring sosial dan blog?	b. Jika tidak memungkinkan untuk memvisualkan identitas orang, anda bisa menggunakan animasi, boneka, atau montase foto sebagai cara untuk bercerita.	
c. Jangan memperlihatkan wajah atau identitas narasumber ketika melakukan wawancara di wilayah konflik kekerasan; buatlah gambar siluet pada saat perekaman.	c. Bagaimana tanggung jawab anda untuk mengintegrasikan cerita orang dikemukakan dalam kampanye yang anda sebarluaskan?	c. Sebisa mungkin menjadi saksi mata, sehingga anda bisa merekonstruksi suatu peristiwa.	
d. Komunikasikan kepada narasumber mengenai resiko yang mungkin terjadi ketika identitas mereka terbongkar. Diskusikan resiko tersebut agar bisa diminimalisir.	d. Media apa yang anda gunakan dalam cakupan strategi anda?	d. Daripada merekam identitas orang di peristiwa secara langsung, carilah alternatif lain yang lebih aman untuk mendapat footage (penggalan gambar) dan mampu merepresentasikan suatu tindakan	
	e. Apa kaitan anda dengan isu atau komunitas yang anda sorot?	e. Petakan kaitan yang bisa sorot antara jaringan orang dan organisasi.	

	f. Apa yang akan anda lakukan saat harus menghilangkan material di website anda, sekalipun permintaan tersebut berasal dari pemerintah, layanan situs komersial, maupun orang-orang terdampak oleh gambar, video, dan tulisan anda?	
--	---	--

3. Visualisasikan Pesan Anda			
a. Animasikan simbol atau karakter sebagai satu cara menggambarkan suatu isu sehingga menjadikannya sesuatu yang lebih mudah untuk dijangkau oleh banyak pemirsa	a. Apa yang lebih penting untuk kampanye visual anda: untuk mengkomunikasikan dengan berbagai bahasa, mempresentasikan informasi dengan grafis yang sederhana, dan/atau mengejutkan dan menyatukan orang dengan kreativitas?	a. Buatlah versi anda sendiri sebuah peta wisata atau kota yang tidak hanya memuat tanda kota tapi juga memuat informasi mengenai isu kampanye anda	350: International Day of Climate Action oleh 350.org di 100 negara: <a href="http://www.350.org">www.350.org</a> ; <a href="http://bit.ly/89GA8">http://bit.ly/89GA8</a> , <a href="http://bit.ly/Ai4hl">http://bit.ly/Ai4hl</a>
b. Visual dan material bisa anda buat tanpa suara, seperti dengan menggunakan peta rekaman sejarah, laporan krisis, dan perencanaan penanganannya	b. Apakah kampanye anda berfokus pada konsep atau slogan yang tunggal? Bagaimana anda merancang agar visual atau gambar bisa dimengerti orang?	b. Jika anda tidak bisa membuat animasi, anda juga bisa sebuah video dari gambar diam, musik, subteks, dan narasi	
c. Visual interaktif yang bisa diterapkan untuk foto, ilustrasi, video dan media lainnya yang dikirimkan oleh orang lain	c. Bagaimana anda bisa melibatkan orang dalam kampanye anda - melalui media visual?	c. Rancanglah stiker grafis yang bisa digunakan untuk menampilkan label produk dengan informasi yang dibuat oleh perusahaan agar tidak terbaca	

d. Untuk menjangkau orang-orang tanpa koneksi internet yang cepat, visualisasi bisa dilakukan di luar jaringan (offline): seperti video yang bisa diunduh atau VCD/DVD, poster berskala besar, selebaran atau proyeksi di ruang publik, atau melalui memori USB	d. Apa tindakan anda untuk mengajak orang agar mau mendukung? Apa anda berbagi media? apakah posisi atau kapasitas anda yang berbagi media - orang di pemerintahan, organisasi lokal atay komunitas?	d. Berikan orang kamera video yang murah untuk merekam cerita personal untuk memetakan dampak satu isu pada orang dan wilayah yang berbeda
e. Agar visualisasi bisa berdampak, maka visual harus bisa dimengerti dengan mudah	e. Bagaimana anda akan mempublikasikan media visual kampanye anda untuk orang-orang yang tidak memiliki akses jaringan internet maupun komputer?	e. Anda bisa membuat teks grafis sederhana untuk merepresentasikan kampanye anda

<b>4. Manfaatkan Cerita Personal</b>			
a. berpikir jauh ke depan bagaimana material anda bisa menceritakan pengalaman berbeda kepada target pemirsa yang berbeda pula	a. berpikir jauh ke depan bagaimana material anda bisa menceritakan pengalaman berbeda kepada target pemirsa yang berbeda pula	a. cerita bisa disampaikan dengan objek-objek (bentuk selain kata) sebaik kata-kata yang diucapkan.	We The women oleh Areej Khan di Arab Saudi: <a href="http://www.n7nudrive.com">www.n7nudrive.com</a> ; <a href="http://bit.ly/luKpW">http://bit.ly/luKpW</a> , <a href="http://bit.ly/xksVb">http://bit.ly/xksVb</a>
b. kumpulkan cerita personal dari orang-orang dan sampaikan dalam satu website untuk menciptakan kepekaan di komunitas. Apa keuntungan untuk orang atau komunitas yang berbagi kisah/pengalaman? Bagaimana anda akan menyokong orang-orang agar tetap berkoneksi satu dengan yang lainnya?	b. kumpulkan cerita personal dari orang-orang dan sampaikan dalam satu website untuk menciptakan kepekaan di komunitas. Apa keuntungan untuk orang atau komunitas yang berbagi kisah/pengalaman? Bagaimana anda akan menyokong orang-orang agar tetap berkoneksi satu dengan yang lainnya?	b. Cerita personal secara anonim bisa dilakukan melalui ponsel, pesan suara, dan pesan teks dan menyebarluaskan di satu website	

c. Ketika anda mengajak orang untuk bercerita, maka anda bertanggung jawab untuk melindungi privasi dan keselamatan narasumber	c. Ketika anda mengajak orang untuk bercerita, maka anda bertanggung jawab untuk melindungi privasi dan keselamatan narasumber	c. Tandai atau beri label pada material yang disebarluaskan
d. pikirkan bagaimana anda akan membangun kepercayaan dan membantu narasumber bercerita	d. pikirkan bagaimana anda akan membangun kepercayaan dan membantu narasumber bercerita	d. Banyak orang di wilayah berbeda bisa berkontribusi mengirimkan video singkat atau foto untuk dirangkai menjadi satu video berdurasi panjang
e. berbagi cerita secara virtual merupakan salah satu cara mengumpulkan tindakan, tapi kemungkinan apalagi yang bisa dilakukan oleh kontributor anda? akankah mereka membantu memimpin kampanye anda di tingkat lokal, mempromosikan suatu inisiatif, atau membuat konten?	e. berbagi cerita secara virtual merupakan salah satu cara mengumpulkan tindakan, tapi kemungkinan apalagi yang bisa dilakukan oleh kontributor anda? akankah mereka membantu memimpin kampanye anda di tingkat lokal, mempromosikan suatu inisiatif, atau membuat konten?	e. Untuk video yang tidak ingin menampilkan wajah orang (anonim), gunakan animasi atau boneka

5. Tambahkan Humor			
a. menggunakan gambar-gambar lucu hasil penyuntingan	a. Apakah anda akan mengajak orang untuk gambar, video, dan lainnya, sebagai bagian dari kampanye anda? bagaimana anda membagikannya secara online dan membuatnya tetap anonim?	a. kirim pesan teks secara langsung kepada pendukung kampanye anda melalui ponsel	Flash Mob oleh Para Advokat di Belarus: <a href="http://www.community.livejournal.com">www.community.livejournal.com</a> ; <a href="http://bit.ly/3pmAPN">http://bit.ly/3pmAPN</a>
b. membuat gambar atau website yang memparodikan isu	b. Bagaimana anda akan mengarsipkan kontribusi-kontribusi orang?	b. Anda juga bisa membuat nada ponsel untuk kampanye anda	

c. menyampaikan pesan secara informal melalui lagu (karaoke) untuk mengurangi kecemasan publik	c. Bagaimana menyeimbangkan antara isu dengan konten-konten satir? sejauh mana anda dapat bercanda dan tetap mendapat kepercayaan?	c. Gunakan parodi gambar yang sudah ada di blog atau situs jejaring sosial untuk kampanye anda dengan mengadaptasikannya ke media seni di ruang publik (street art), poster, dll
d. Keuntungan media informal tersebut adalah bisa membuat orang-orang tetap berinvestasi bahkan pada suatu tantangan atau isu yang serius	d. Apa ada konsekuensi di daerah tempat anda bekerja untuk mengkritik pemerintah? e. Apakah anda akan menjangkau secara langsung media untuk mempublikasikan tindakan dan kampanye anda? f. Apakah anda harus berkoneksi dengan organisasi terkait? g. Bagaimana anda akan menjembatani antara tindakan secara online dan offline?	d. anda bisa membuat parody berita di website yang mengkritik sensor media dan juga memberikan informasi praktikal serta fakta dengan cerdas atau cara yang mengejutkan

6. Kelola Kenalan Anda			
a. ketahui sejauh apa orang-orang ingin mengenal anda dan apa informasi spesifik yang ingin didapat oleh mereka?	a. Kontak orang-orang seperti apa yang anda perlukan di basisdata anda dan bagaimana anda akan mendapatkannya? bagaimana anda akan terus berkoneksi dengan kenalan anda?	a. Tentukan cara mengumpulkan informasi kontak ketika anda harus mengirimkan pesan dan pantau respon orang	Kleercut oleh Greenpeace di Amerika Utara: <a href="http://www.kleercut.net">www.kleercut.net</a> ; <a href="http://www.kleercut/en/open-source-campaigning">www.kleercut/en/open-source-campaigning</a>
b. Evaluasi bagaimana menjaga basisdata kontak semutakhir dan selengkap mungkin	b. Bagaimana anda akan menggunakan media untuk menarik perhatian dalam kampanye anda dan membuat lebih banyak orang untuk terlibat?	b. Ajak orang untuk bersedia menerima pesan teks (sms) melalui jajak pendapat yang memungkinkan mereka bisa merespon pesan tersebut	



c. Rencanakan sebaik mungkin bagaimana anda akan mengumpulkan informasi kontak dari orang-orang dan beritahukan keperluan anda mengumpulkn informasi tersebut serta bagaimana anda akan menggunakannya?	c. Bagaimana anda akan menggunakan koneksi anda untuk bisa mengenal lebih banyak orang, dengan: email yang diteruskan, berbagi video, menampilkan gambar di blog dan situs jejaring mereka?	c. Buat peta berbasis dukungan; konsentrasi wilayah dukungan.
d. Berikan pilihan kepada pendukung ketika anda berencana mengirimkan pesan secara massal, seperti: (1) format (email, pesan teks, atau video); (2) Jenis (nawala, jenis kampanye yang spesifik, atau acara); (3) Frekuensi (harian, mingguan, bulanan)	d. Bagaimana proses termudah bagi orang untuk bisa dihapus dari basisdata kontak anda?	d. Bantu pendukung anda untuk mengelola kampanye mereka sendiri dengan mengkoneksikan mereka dengan orang-orang dalam kampanye anda. Gunakan alat pengelola kontak.
e. Anda juga bisa mengkoneksikan orang satu dengan lainnya dalam satu acara langsung	e. Apa langkah yang akan diambil untuk memastikan privasi dan keamanan data anda? Apakah anda akan menyimpannya dalam server anda? Bagaimana anda akan membuat cadangan ketika beresiko kehilangan data tersebut?	e. Ajak orang untuk menerima laporan suatu acara langsung atau informasi yang sudah siapkan sebelumnya

7. Menyederhanakan Data Yang Kompleks			
a. Sadari hak anda untuk mengakses informasi agar bisa berkolaborasi dengan orang di wilayah lain.	a. Apa data spesifik yang perlu diakses dan bagaimana anda akan mendapatkannya?	a. Buat mesin pencari anda sendiri untuk mengumpulkan data spesifik di internet agar lebih mudah dicari dan dikomentari	Fair Play oleh Fair Play Alliance di Bratislava, Slovakia: <a href="http://www.fair-play.sk">www.fair-play.sk</a> ; <a href="http://bit.ly/1IfvVG">http://bit.ly/1IfvVG</a> , <a href="http://bit.ly/wKqch">http://bit.ly/wKqch</a>

b. Bangun kriteria dan proses yang jelas untuk memverifikasi data yang akan anda gunakan dalam kampanye	b. Bagaimana anda akan menggunakan media untuk menarik perhatian ke informasi yang anda minta dan ke suatu pencarian anda?	b. Untuk kampanye yang membutuhkan anonimitas yang penuh, anda bisa menggunakan wiki agar setiap orang memiliki akses untuk menyempurnakannya
c. Jika anda menggunakan jargon yang sulit untuk dimengerti oleh banyak orang, cari orang yang bisa membantu menerjemahkannya	c. Bagaimana mengelola pertemuan, verifikasi, dan publikasi data?	c. Anda bisa mengajak orang untuk membuat visualisasi atau peta data agar menjangkau target pemirsa yang lebih banyak dengan hasil terbaik
d. Tentukan bagaimana kampanye anda akan membuat suatu data lebih bermanfaat	d. Jika tidak ada jaminan keterbukaan informasi publik di negara anda, cara apa yang akan anda lakukan untuk bisa menggunakan dan mengakses data?	d. Anda bisa membuat peta jaringan yang menggambarkan kemampuan berelasi dan bertansaksi antara korporasi, individual, donor, dan lainnya
e. Alat-alat tertentu seperti Google Maps dan Google Earth membutuhkan kemampuan komputer dan bandwidth internet yang besar. Pikirkan mengenai orang yang mau berpartisipasi dalam kampanye anda: alat apa yang paling mudah diakses dan digunakan?	e. Apa ada cara memvisualisasikan data anda yang anda publikasikan melalui peta 2d maupun 3d, animasi, video, atau poster?	e. Berpikirlah bagaimana kampanye atau proyek anda akan dinamis atau statis; ketika membuatnya menjadi dinamis, maka anda akan memerlukan waktu yang lebih lama
	f. Tindakan semacam apa yang anda tawarkan kepada orang banyak untuk mendukung atau mengimplementasikan suatu kampanye?	
	g. Apakah anda akan menjadikan data-data yang anda miliki sebagai data sumber terbuka bagi para advokat lainnya? Bagaimana dampaknya, cara anda menyimpan dan mengindeks data tersebut?	

8. Melakukan Laporan Langsung Untuk Mengakomodir Kecerdasan Kolektif			
a. pemberitaan oleh masyarakat bisa dilakukan di berbagai wilayah, meskipun akan ada perbedaan antara teknologi dan kemudahan-kemudahan untuk menggunakan suatu media di komunitas anda. Itu alasan kenapa twitter merupakan sebuah alat yang efektif di India: Pengguna twitter di India bisa memposkan pembaharuan berupa pesan teks melalui ponsel dengan menggunakan kode singkat yang gratis, sebuah layanan yang tidak tersedia untuk pengguna lain di banyak negara lainnya.	a. Bagaimana pemberita akan saling bertukar informasi? Akankah anda berfolus pada ponsel atau internet sebagai media untuk mendapat dan berbagi informasi?	a. Anda bisa menggunakan laporan langsung untuk menarik perhatian kolektif pada suatu isu. Ajak orang untuk bertanya sesuatu terkait kampanye anda.	Unsung Peace Heroes oleh Butterfly Work dan Media Focus on Africa Foundation di Kenya: <a href="http://www.peaceheroes.ushahidi.com">www.peaceheroes.ushahidi.com</a> ; <a href="http://bit.ly/3T67Xo">http://bit.ly/3T67Xo</a> , <a href="http://bit.ly/7UdtG">http://bit.ly/7UdtG</a>
b. Anda tidak perlu membuat program berupa scratch. Ushahidi, misalnya, digunakan untuk memantau kekerasan di Madagaskar. Anda bisa menggunakan program semacam ini untuk diadaptasikan pada kampanye anda.	b. Akankah anda mencoba mengkoordinasi laporan spontan, atau anda akan merencanakan lebih lanjut dengan banyak jurnalis warga?	b. Laporan langsung bisa memberi keamanan bagi para advokat ketika melakukan aksi. Dua alat yang biasa digunakan oleh banyak orang: twitter, facebook dan sebuah program video bernama Qik.com, yang bisa berbagi video dan teks pembaharuan mengenai siapa yang mungkin ditangkap, dan menarik perhatian pada berita tersebut dari pendukung di dunia	

c. Salah satu keuntungan pemberitaan langsung yaitu bisa mengumpulkan berita atau laporan suatu peristiwa secara spontan. Maka, sangat penting untuk adanya jaringan blogger atau pemberitaan oleh masyarakat yang akan mempublikasi berita bahkan merespon pembaharuan berita itu sendiri.	c. Adakah alat lain yang bisa digunakan untuk mengkompilasi berita, atau anda akan membuatnya sendiri?	c. Jika media massa tidak mendengarkan, atau kampanye anda disensor, para advokat bisa menggunakan alat seperti twitter, Ushahidi untuk menyampaikan berita secara langsung. Sehingga mendapat perhatian media internasional
d. Media-media tradisional juga bisa digunakan untuk meningkatkan kesadaran terhadap suatu inisiatif	d. Apa strategi media yang anda miliki? Bagaimana anda akan mengelola sorotan media dan peningkatannya dalam laporan atau berita?	d. Jika anda memiliki akses internet yang cepat, anda bisa memberitakan video secara langsung, melalui Ustream.tv atau Livestream.com.
	e. Apa berita berkurun terbaik yang bisa anda kaitkan dengan pemirsa?	e. Anda bisa menjaga informasi dengan membaginya bersama jaringan pendukung yang anda percaya.
	f. Apa konteks terbaik dari suatu program yang digunaka, misalnya Ushahidi, wordpress, dan lainnya? Apa keterbatasan dalam kampanye anda?	
	g. Bagaimana anda mengatasi masalah atas suatu sistem yang hanya bisa dilakukan ketika ada keterlibatan banyak orang?	

9. Biarkan Orang Untuk Bertanya			
a. Tentukan cara sumber informasi anda.	a. Bagaimana mengumpulkan data yang akan anda sediakan bagi publik, dan sumber informasi apa yang anda percaya?	a. Untuk memudahkan pesan teks ponsel, anda bisa membeli kode singkat dari penyedia layanan telekomunikasi	MyQuestion, MyAnswer oleh OneWorld UK/education as a Vaccine Against AIDS di Nigeria: <a href="http://www.mobile.oneworld.net">www.mobile.oneworld.net</a> ; <a href="http://bit.ly/WxXsS">http://bit.ly/WxXsS</a> , <a href="http://learningaboutliving.org">http://learningaboutliving.org</a>
b. Beberapa pesan teks akan perlu untuk disesuaikan agar bisa memenuhi kebutuhan pengguna atau target kampanye anda	b. Akankan anda mengijinkan orang untuk menambahkan data mereka sendiri pada kampanye anda?	b. Anda bisa membuat hiburan dan kuis edukasi untuk pendekatan yang persuasif	
c. Bekerja dengan menggunakan pesan teks, data, atau transmisi suara untuk ponsel mungkin memerlukan negosiasi dengan perusahaan telekomunikasi yang bisa mengurangi biaya dan konsumsi waktu yang dikeluarkan	c. Apa ada alat lain yang bisa anda gunakan untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi, atau anda akan membuatnya sendiri?	c. Posisikan pertanyaan pada topik kontroversial dan kumpulkan pendapat melalui pesan teks atau suara	
d. Banyak kampanye yang menggunakan kombinasi metode untuk memaksimalkan jangkauan	d. Apa strategi media anda untuk memaksimalkan partisipasi?	d. Anda bisa menggunakan kontak orang untuk menghubungi mereka untuk tindakan di masa yang akan datang	
e. Untuk pelacakan atau pemantauan, anda harus mempertimbangkan wilayah dengan partisipasi terbesar berdasarkan pada nomor-nomor ponsel atau menggunakan survei cepat melalui pesan teks.	e. Apa ada acara berkurun yang memungkinkan kampanye anda bisa dikaitkan untuk mendapatkan perhatian lebih banyak orang pada isu anda?	e. Pada sebuah aksi demonstrasi, ajaklah pendukung untuk mengirim pesan teks jika mereka mau memberitakan aksi yang sedang berlangsung: tentang aktivitas polisi, ukuran keamanan, dukungan hukum dan kesehatan	

	<p>f. Apa ada target (personal maupun komunal) yang bisa membuat perubahan sesuai harapan anda, dan bisa mengajaknya berbicara langsung?</p> <p>g. Apa privasi dan keamanan yang ada dan bagaimana anda akan menerapkannya?</p>	
--	---	--

10. Mengungkap Kenyataan Melalui Investigasi Dan Mengeksposnya			
a. Jika anda belum memiliki akses ke semua data yang anda butuhkan, mulailah dengan mempresentasikan data yang tersedia dan posisikan beberapa pertanyaan kepada pembaca atau instansi publik terkait. Hal tersebut bisa menginspirasi orang lain untuk melakukan investigasi lanjutan	a. Apa kampanye anda berfokus pada produksi suatu media - seperti video, atau memberikan pembaharuan reguler menggunakan blog atau website?	a. Jika anda ingin membuat video tapi tidak memiliki cukup penggalan (footage) video yang tersedia, cari Flickr, Google Images, atau Wikipedia untuk lisensi terbuka bagi penyuntingan	Caught Between the Tiger and the Crocodile oleh Asia Pacific Network of Sex Workers (APNSW) dan Women's Network for Unity (WNU) di Regional Asia Pasifik dan berfokus di Kamboja: <a href="http://www.apnsw.org">www.apnsw.org</a> ; <a href="http://bit.ly/1TdEOf">http://bit.ly/1TdEOf</a>
b. Pikirkan bagaimana untuk menjaga sumber informasi anda: nama dan lokasi mereka, juga alamat IP, email, atau identitas maupun situs jejaring sosial	b. Apakah media kampanye yang anda produksi terkait suatu peristiwa atau isu yang ada?	b. Anda harus selalu berhati-hati ketika akan memverifikasi informasi	
c. Anda akan memerlukan pelacakan atau pemantauan bagaimana imbas media anda dan apa yang diterima, serta rencanakan bagaimana anda akan menggunakan informasi baru saat informasi tersebut tersedia	c. Bagaimana anda bisa memperkuat kelompok anda pada pencarian fakta dan pengumpulan pendapat?	c. Jika pendapat video dari saksi mata dan korban pelanggaran HAM sangat sensitif, maka anda mungkin tidak akan merilis video anda secara online (dalam jaringan)	

d. Bagaimana anda akan merancang kampanye untuk memanfaatkan dokumentasi yang sudah ada untuk anda publikasi ulang?	d. Melalui cara apa anda akan bertanggung jawab atas keamanan dan, jika diperluka, anonimitas orang yang memberitakan kampanye anda, berpendapat, dan data-data yang sensitif?	d. Tidak semua kampanye membutuhkan banyak pemirsa - mencari pemirsa yang tepat akan jauh lebih penting. Anda bisa memobilisasi kemampuan minoritas, ketertarikan pemirsa, dan kemudianan bagi pembuat kebijakan atau pers
	e. Siapakah koneksi anda di media arus utama dan organisasi lainnya yang bisa membantu anda memperluas jangkauan pemirsa? Bagaimana anda akan mendapatkannya dan apa tindakan yang akan anda tawarkan kepada mereka untuk mendukung?	e. Anda bisa menggunakan kartun dan seni ruang publik (street art) bagi penemuan anda dengan cara langsung tanpa akses internet
	f. Apa rencana cadangan yang anda miliki untuk menjaga keamanan data anda jika komputer, hard drive, dan server anda mengalami masalah?	